

## 事例紹介

---

【講師】 特定非営利活動法人 atamista、株式会社 machimori 代表 : 市来 広一郎

●熱海をなんとかしたい

- ・現在、熱海はV字回復と言われる観光入込客数の増加が見られる
- ・個人的には、「熱海銀座」という場所にこだわって街づくりをしている
- ・昭和30年代は、肩をぶつからずに歩けなかったと言われるくらい賑わっていた
- ・ホテルの大型化や囲い込みにより、観光客には熱海の記憶ではなく、旅館の記憶しか残らない状況となる  
→90年代に入ると、観光客の減少によりホテルの廃業が相次ぐ



●課題先進地 50 年後の日本の姿

- ・空き家率 50.7% (日本一)
- ・生活保護者率、出生率、未婚率、40 代の死亡率 (静岡県内ワースト 1 位)
- ・2011 年、熱海銀座の 3 分の 1 が空き店舗だった (10/30 店が空き店舗)
- ・540 件あった企業の保養所が 130 件まで減少

●熱海の強みはコンパクトな中心市街地をもつ温泉地であること

- ・2007 年に熱海に帰郷
- ・体験交流型プログラム「熱海温泉玉手箱：オンたま」(昭和レトロまち歩き)を企画
- ・2011 年、熱海の中心市街地再生を目的に株式会社 machimori を設立 (資本金 500 万円)

①イベントによるまちの再生 = その日だけ

②再開発によるまちの再生 = 家賃が高くなり誰もいなくなる



リノベーションまちづくり = エリア価値の向上

●熱海リノベーションまちづくりの目的

- ①エリア価値の向上（不動産価値の向上）
- ②平均所得の向上（付加価値の高い産業を生み出す）
- ③中心市街地人口の増加

- ・当時、空き店舗対策の補助金を受けて開業した店のうち、1年後残るのは1割という状況だった。補助金ありきではうまくいかない
- ・“志ある不動産オーナー”との出会いがきっかけとなり、3年間空き店舗だった元証券会社を改装し、2012年「café RoCA」オープン（初期投資300万円）
- ・オーナーさん自らリスクをとって、30万→10万の家賃に値下げしてくれた
- ・カフェが地元内外の人が交流する場に

●「あたみマルシェ」の開催とオーナーの発掘

- ・2013年から隔月で、「海辺のあたみマルシェ」開催している（通りに5,000人の人出）
  - 新たに出店してくれそうな人を発掘したい
- ・自分で作って売る（付加価値、利益率が高い）人に出店を依頼。20店舗程度
- ・マルシェ開催当初、商店街の半数は喜んでくれたが、半数は勝手にやっているという反応だった（その日店の売上が減るというクレームもあった）
  - 「合意形成をしてから始めるのではなく、やってから謝りに行く。とにかく謝り倒す」（謝るだけではなく趣旨を伝える）
- ・3年後、マルシェ出店者が空き店舗を借りて開業する動きが出てきた（飲食、カフェなど）

●「ゲストハウス まるや」

- ・10年間空き店舗だった元パチンコ屋をリノベーションし、「ゲストハウス まるや」をオープン。3年間で1万5千人の宿泊客
- ・申請のいらない100平米以内に抑えるため、カプセル型客室にした（街に出て欲しい）
- ・初期投資4500万円（金融機関からの融資3,700万と街の人からの出資740万）
- ・一年目は、家賃ゼロ。2年目から売り上げの10%という歩合制家賃
- ・それぞれの物件で、オーナーさんと相談して家賃を決めている
- ・旅人とまちの人が交流する姿が、まちの風景になっている

●「naedoco」

- ・昭和33年以降、57年間使われていなかったスペースを使い、2016年「naedoco」

オープン。まちづくりの拠点となるコワーキングスペースとした（初期投資 400 万円）

- ・オーナーさんの投資額を 4 年で回収できる家賃設定
- ・1 階部分に革製品と洋服の販売・アトリエ「EOMO store」がオープン

●新しい取り組み

- ・カフェロカを閉店し、「caffé bar QUARTO (カフェバー)」「La DOPPIETTA (ジェラート店)」が新規オープン。「熱海プリン 2nd」もオープンするなど新しい動きもある
- ・「何も用がなくても熱海銀座を通ってみたいと思うようになった」という嬉しい言葉を聞くことができた
- ・7 年かけて地価が上がってきている
- ・アーティストインレジデンス「nagisArt」など、他地区でも新しい試みがある
- ・再開発推進派の方もいるが、暫定利用だと思っている。小額な投資でまずやってみることが大事
- ・入居者が払える金額から逆算して投資している

●敷地で考えずエリアで考える

- ・面白い、クリエイティブな 30 代に選ばれる街をつくることを目指したい
- ・外から入ってきた人たちが、お祭りや清掃など積極的に参加してくれている

## 質疑応答

---

Q：飲食店の客層は？

A：観光客半々である。

Q：市の職員が元気だと聞くが？

A：行政と連携しながら「創業支援プログラム 99°C」を実施している。

Q：世代のギャップをどう埋めたのか？

A：温泉や新幹線はある。まちの資源を見て何が足りないのかに着目した。ニーズに合うコンテンツがなかった。熱海の年配の方々は大きく分けて、2種類（地元出身、リタイア移住組）。ないものを作ることに注力した。

Q：あるべき姿を描くために、参考にした場所はあるか？ また今後の展望は？

A：長野の善光寺エリアは衝撃的だった。海外ではクロアチアのドブロブニク。住んでいる人が楽しそうで、観光地であるが暮らしがある。今後は、ゲストハウスや民間の物件だけではなく、熱海銀座を公園のような公共空間にしたい。



**現地視察**

熱海銀座商店街エリア、渚町エリアなど

